

DOI: 10.55959/MSU0130-0083-8-2023-64-4-82-96



А.С. Медяков

**О СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ АСПЕКТАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ОТКРЫТОК В НЕМЕЦКО-ЧЕШСКОМ КОНФЛИКТЕ
РУБЕЖА XIX–XX ВВ.**

A.S. Medyakov

**ON SOCIO-CULTURAL ASPECTS OF THE USE
OF POSTCARDS IN THE GERMAN-CZECH CONFLICT
AT THE TURN OF THE 19th CENTURY**

Аннотация. Открытки в качестве отражения немецко-чешских противоречий периода «кризиса Бадени» в конце XIX — начале XX в. уже не раз становились предметом изучения. Исследовательская новизна данной статьи заключается в том, что проблема рассматривается не на материале собственно открыточных изображений, а с точки зрения первичной функциональности открыток как средства коммуникации и коммерческого продукта. В фокусе внимания автора — коммерческие, почтово-технические, потребительские практики, институциональные и правовые аспекты, а также проблема рецепции открыточных посланий, как индивидуальной, так и общественной. Различные национальные объединения и частные предприниматели, главные производители открыток, зачастую намеренно радикализировали их содержание, исходя из своих политических или коммерческих интересов. Специфика открытки как средства почтового сообщения и ее массовость служили основой для уникальных практик в мобилизации сторонников и критики противников посредством «картографических атак». Ареной национальной борьбы и средством выражения личной позиции являлось даже оформление открыточных формуляров. Издательства соответствующих направлений оформляли их в «немецком» либо «чешском» духе, в то время как официальная позиция свелась к полному отказу от какого-либо наименования этого почтового продукта. Вместе с тем, многочисленные варианты собственноручной правки, касавшиеся всех составных частей открытки — технического оформления

Медяков Александр Сергеевич, доктор исторических наук, доцент кафедры новой и новейшей истории исторического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова
Medyakov Aleksandr Sergeevich, Doctor in History, Associate Professor, Department of Modern and Contemporary History, Faculty of History, Lomonosov Moscow State University

alexander.medyakov@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-0187-6437

формуляра, адреса, марки, — позволяли пользователям заявить о своей позиции по национальному вопросу. Правовая сторона производства, функционирования и бытования открыток определялась, с одной стороны, общими с другими видами печатной продукции условиями, в частности, либеральным законом о прессе 1868 г., с другой — распоряжениями по почтовому ведомству, периодически изымавшими отдельные открытки из оборота. Всё это становилось предметом судебных разбирательств, дебатов в парламенте и тем самым являлось еще одним каналом попадания открыток в публичную сферу и, соответственно, служило привлечению дальнейшего внимания общества к национальному конфликту и его обострению.

Ключевые слова: почтовая открытка, Австро-Венгрия, национальный вопрос, немецкий национализм, «кризис Бадени», пропаганда.

Abstract. Postcards as a reflection of German-Czech contradictions in the period of the Badeni crisis in the late 19th and early 20th centuries have more than once been the subject of study. The research novelty of this article lies in the fact that the problem is examined not through postcard images themselves, but from the point of view of the primary functionality of postcards as a means of communication and a commercial product. The author focuses on commercial, postal-technical, consumer practices, institutional and legal aspects, as well as the reception of postcard messages, both individual and public. Various national associations and private entrepreneurs, main producers of postcards, often deliberately radicalized their content in their political or commercial interests. The specificity of the postcard as a means of postal communication and its mass appeal served as the basis for unique practices in mobilizing supporters and criticizing opponents by “cartographical attacks”. Even the design of postcard forms was a means of national struggle and expression of personal position. Publishers of the respective orientations designed them in the “German” or “Czech” spirit, while the official position was to refuse any name for this postal product. At the same time, the numerous variants of handwritten edits concerning all the constituent parts of the postcard (technical design of the form, address, and stamp) allowed users to state their position on the national question. The legal side of postcards’ production, functioning and existence was determined, on the one hand, by conditions which were common to other types of printed matter, in particular, by the liberal press law of 1868, and, on the other hand, by postal regulations that periodically withdrew certain postcards from circulation. All this became the subject of litigations and debates in parliament and thus provided a way for postcards to enter the public sphere and, accordingly, served to attract further public attention to the national conflict and its aggravation.

Keywords: postcard, Austria-Hungary, national question, German nationalism, Badeni crisis, propaganda.

* * *

1897 год принес с собой Австро-Венгрии, и особенно Цислейтании, ее западной половине, два социальных процесса, казалось бы, бесконечно далеких друг от друга, но неожиданно ставших

взаимодополняющими. С одной стороны — это резкое обострение национальной проблемы как в землях «короны св. Вацлава» (Богемии, Моравии и Силезии), так и по всей империи, что явилось следствием попытки премьер-министра К. Бадени ввести фактическое равноправие немецкого и чешского языков («кризис Бадени»). С другой — широкое распространение в монархии Габсбургов иллюстрированной открытки¹, породившей невероятный общественный энтузиазм, который объяснялся сочетанием сразу нескольких факторов, объединенных одним качеством — быстротой, такой востребованной, по словам современника, «нашим любящим скорость временем»².

Быстрота написания, быстрота (и дешевизна) доставки дополнялись еще одним обстоятельством — ни один визуальный медиум эпохи не мог сравниться с открыткой по скорости реакции на какие-либо события. «Теперь нет ни одной выставки, сколь угодно малой, ни одного праздника или заседания любого рода, которое не послужило бы поводом выпустить в мир иллюстрированную и, по возможности, цветную открытку», — писала в начале 1897 г. австрийская газета³. Известный австрийский сатирик Карл Краус заявлял, что «открыточная зараза» «выродилась в настоящую манию»⁴. Мощнейшим фактором распространения открытки стало собирательство, за кратчайший срок распространившееся, подобно лесному пожару. «Собирание открыток превратилось в спорт, который превзошел все подобные, который охватил все возрасты и классы населения, от первоклассника до светской дамы, и который вызвал к жизни целую индустрию»; «современный собирательский спорт, расцветающий на глазах, — это собирание открыток»; «еще никогда ни один спорт не находил такого распространения за такое короткое время, как собирание открыток», — не уставали удивляться австрийские газеты, описывая коллекционирование в таких терминах, как

¹ В качестве средства почтового сообщения открытка являлась совместным австро-германским «изобретением», практическое использование которого началось в 1869–1870 гг., однако длительное время открытки существовали в форме почтового бланка без каких-либо иллюстраций, т.е. фактически как облегченный вариант письма, преимущество которого заключалось главным образом в пониженном почтовом тарифе. См. подробнее: *Медяков А.С.* Открытка рубежа XIX–XX вв. как социокультурный феномен // Диалог со временем. 2019. Вып. 67.

² Archiv für Post und Telegraphie. Beiheft zum Amtsblatt des Reichs-Postamts. 1905. № 1. S. 13.

³ Grazer Tagblatt. 13.1.1897. Ее дополнял известный чешско-немецкий журналист Э. Киш: «Каждое народное собрание, каждый праздник стрелков или певцов, каждые выборы, любой протест, каждое студенческое объединение, каждый сход крестьян, каждое состязание певцов, каждое спортивное соревнование приносили свои открытки» (*Kisch E.E.* Die Abenteuer in Prag. Leipzig, 1920. S. 82).

⁴ *Kraus K.* Zuckersteuer auf Ansichtskarten // Die Fabel. 1899. N 14. S. 12.

«спорт», «страсть» и даже «мания»⁵. Открытка была нужна всем, и ее интересовало всё — от постройки новой трамвайной остановки до коронации. И, конечно, не могли остаться вне ее внимания политические события, тем более такие яркие, как «кризис Бадени».

Более того, открытка объявлялась едва ли не его творцом: «Определенно, именно и только открытки в 1897 г. сделали венский рейхстаг столь популярным, превратили дела и депутатов в предмет всеобщего интереса и обеспечили событиям в парламенте бурный резонанс по всей Австрии. Случайной стадии в собирании открыток депутаты были обязаны своими тумачами, дуэлями и известностью; тем же модным открыточным жанрам министры были обязаны своим падением, лавки в Праге, Граце и других местах — разграблением, чрезвычайные суды — возникновением, а тюрьмы — переполнением!»⁶. Это свидетельство Эгона Киша, конечно, не свободно от иронического преувеличения, но тем не менее справедливо указывает на весьма значительную роль, сыгранную открытками в ходе кризиса. Из этого же высказывания следуют и те сферы, в которых открытка обнаруживает свою ценность как источник и которые далеко не ограничиваются лишь ее иллюстративной частью. В частности, он обращает внимание, во-первых, на общественный резонанс, на социокультурную релевантность открытки, во-вторых, на значение такой важной открыточной практики, как коллекционирование.

Открытки в качестве отражения немецко-чешских противоречий периода «кризиса Бадени» уже не раз становились предметом исследования⁷. Вместе с тем, в абсолютном большинстве современных работ обращение к открытке происходит в своего рода безвоздушном пространстве, когда открытка трактуется просто как «картинка».

Между тем ценность открытки как источника заключается именно в ее комплексном характере: во-первых, это ультрасовременное на тот момент средство коммуникации, и изучение почтово-технической стороны дела нередко приводит к весьма интересным результатам. Во-вторых, это процветающая индустрия, классически ориентированная на закон спроса и предложения. Соответственно, исследуя подобные аспекты, производственные и коммерческие,

⁵ Prager Tagblatt. 31.10.1897; Neues Wiener Journal. 23.12.1897; Mährisch-Schlesische Presse. 12.11.1898.

⁶ Kisch E.E. Op. cit. S. 79–80.

⁷ Jaworski R. Deutsche und tschechische Ansichten. Kollektive Identifikationsangebote auf Bildpostkarten in der späten Habsburgermonarchie. Innsbruck; Wien; Bozen, 2006; *Idem*. «Hinweg mit der Sprachenverordnung!». Die deutschen Obstruktionskarten während der Badeni-Krise 1897/1898 // Bohemia. 2009. N 49.

в том числе тиражи, рекламу, можно выявить, какие сюжеты в тот или иной момент оказывались востребованными или, наоборот, теряли популярность. Наконец, открытка — это предмет личного потребления, это шарнир, соединяющий публичную и частную сферы: она предлагается публично, но потребляется частным образом; она служит межличностной коммуникации, однако содержание личного послания, как письменного, так и визуального, может быть доступно сторонним лицам и являться объектом административного вмешательства. В силу всех этих причин ограничиваться лишь анализом изображения совершенно недостаточно. Каким было бытование открытки в социальное среде? Какие личные и социальные практики были с ней связаны? Какой отклик вызывало визуальное послание? Ведь именно сочетание многих факторов превращало открытку, по словам одного из современников, в «совершенно современное средство выражения народной души».

Конечно, в рамках одной статьи возможно ответить лишь на некоторые из этих вопросов, а именно на те, которым, как правило, не придают значения исследователи. Оставляя в стороне собственно образный мир открыток, посвященных немецко-чешскому конфликту рубежа веков и, как отмечалось выше, уже неоднократно изученных, в центре внимания настоящей статьи стоят проблемы социокультурного бытования открыток, выявления вариантов взаимодействия их первичной функциональности в качестве коммерческого продукта и средства почтового сообщения, с одной стороны, и компонента национального конфликта — с другой. Состояние доступной источниковой базы диктует и иное ограничение: в дальнейшем речь пойдет исключительно об открытках немецких производителей Цислейтании.

* * *

В первую очередь следует обратить внимание на некоторые особенности изучения открытки. Открытка — это исключительно комплексный феномен, что приводит к значительным сложностям уже на уровне ее элементарной классификации в качестве исторического источника⁸. Соответственно, столь же комплексным и многосторонним должен быть ее анализ. Одной из важных сторон является присутствие открыток в публичной сфере, в том числе связанные с ними практики.

Уникальным качеством открытки оказывается единственная в своем роде возможность выяснить взаимосвязь между визуаль-

⁸ См. подробнее: *Медяков А.С.* Немецкая открытка Первой мировой войны как исторический источник. Дисс. ... докт. ист. наук. Т. 1. М., 2020. С. 99–129.

ным посланием и реакцией на него, выявить которую позволяют, с одной стороны, содержание личных посланий на самих открытках, с другой — информация о спросе на них. В последнем случае необходимую информацию можно почерпнуть из прессы, регулярно сообщавшей о происходящем на рынке открыток. Применительно к тематике настоящей статьи следует отметить, что уже характер и направленность многих из подобных изданий свидетельствовали об особенной популярности, которой пользовались так называемые «обструкционные открытки», резко критиковавшие политику Бадени, в «немецко-национальных» кругах⁹. Вместе с тем, круг покупателей многих из таких открыток был значительно шире, причем изучение прессы позволяет выявить наиболее востребованные из них. Так, венская «Нойес винер журнал», подчеркнуто заявлявшая о себе как о «беспартийной ежедневной газете», писала, что «среди открыток лихорадочный спрос нашла особенно удачно исполненная открытка, на которой чех с языковыми законами в руках корчится в пыли от ударов св. Михаила, который занес свой пылающий меч над поверженным противником (Angreifer)»¹⁰.

Как отмечалось выше, для выявления всей полноты той роли, которую открытки играли в немецко-чешском противостоянии рубежа веков, немаловажное значение имеет сама первичная функциональность открытки, т.е. ее качества как коммерческого продукта и средства коммуникации.

Открытки активно использовались как способ финансирования различных выпускавших их объединений — «ферейнов». Наряду с отдельными издателями наиболее масштабно производство «национальных открыток» практиковали в Австро-Венгрии так называемые немецкие «ферейны защиты», ставившие своей целью расширить национальную пропаганду, а также обеспечить поддержку немецкого языка в этнически смешанных регионах. Крупнейшими из них являлись созданный в 1880 г. «Немецкий школьный ферейн» («Шульферейн») и «Ферейн Зюдмарк» (1889). Наряду с ними существовали более локально или профессионально ограниченные «Союз немцев северной Моравии», «Союз немцев в Нижней Австрии», «Импер-

⁹ Об этом же свидетельствуют и личные тексты на открытках, особенно типичное для этих кругов приветствие «хайль!». См. подробнее: *Медяков А.С.* «Совершенно новое средство агитации»: немецкая «национальная открытка» в Австро-Венгрии рубежа XIX–XX вв. // *Studia Slavica et Balcanica Petropolitana*. 2018. N 2.

¹⁰ *Neues Wiener Journal*. 29.07.1897. Речь идет о действительно чрезвычайно популярной открытке «Обструкция — Долой языковые указы!». См.: *Obstruction — Hinweg mit der Sprachen-Verordnung! Historische Bildpostkarten*. Universität Osnabrück. Sammlung Prof. Dr. S. Giesbrecht. — URL: https://bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/frontend/index.php/Detail/objects/os_ub_0001703 (дата обращения 12.11.2022).

ский союз молодых немецких рабочих», «Союз немецких рабочих альпийских провинций» и др.

Частные издатели также использовали колоссальный спрос на «обструкционные открытки» не только для выражения своей собственной позиции, но и для получения коммерческой выгоды, вплоть до того, что некоторые из них умышленно до крайности заостряли содержание открыток, чтобы спровоцировать их запрет и, соответственно, превратить их в «редкость», за которую многие были готовы платить суммы, значительно превышавшие обычные цены¹¹. Так сочетание коммерческих интересов с бумом коллекционирования вело к радикализации тех образов, в которых трактовался конфликт, внося тем самым свою лепту в его ужесточение.

Собственно правовая сторона издания открыток регулировалась либеральным законом о прессе от 1868 г., не предусматривавшим предварительной цензуры, поэтому практически все запреты — а их было очень много — осуществлялись постфактум на основе ст. 302 Уголовного кодекса о разжигании межнациональной и религиозной розни. На пике «кризиса Бадени» официальная «Винер Цайтунг» сообщала о подобных случаях практически еженедельно.

Чаще всех с подобными рестрикциями сталкивался издатель и депутат австрийского рейхсрата Эдуард Штрахе (1847–1912) из богемского Варнсдорфа, выпустивший в том числе открытку «Долой языковые указы!», о которой шла речь выше. В ответ на конфискацию другой его популярнейшей открытки, изображавшей Михеля, немецкую символическую фигуру¹², который, «вооружившись дубинкой и стоя на разорванном [листочке] чешского государственного права, вынуждает к бегству чешского двуххвостого льва»¹³, Штрахе подал апелляцию. Проиграв ее в судах первых двух инстанций, в третьей он, тем не менее, добился отмены конфискации. Показательна аргументация, которая использовалась в судебном разбирательстве и которая являлась типичной для противостоявших друг другу в языковом конфликте сторон, отнюдь не только касательно открыток. В то время, как ответчик заявлял, что «означенная картинка изображает национальную борьбу немцев с чехами и посредством изгнания чешского льва подстрекает немцев в Богемии к незаконным действиям против чехов», адвокаты Штрахе смогли убедить суд, что речь

¹¹ Kisch E.E. Op. cit. S. 80; Jaworski R. “Hinweg mit der Sprachenverordnung”. S. 9.

¹² См. о нем: Szarota T. Der deutsche Michel. Die Geschichte eines nationalen Symbols und Autostereotyps. Osnabrück, 1998. О бытовании фигуры Михеля в открытках см.: Медяков А.С. Война формата 9x14. Открытки в немецкой «культуре войны» 1914–1918 гг. М., 2021. С. 183–200.

¹³ Neue Freie Presse. 17.11.1897.

идет о борьбе не против чехов, а против чешского государственного права — «этой утопии, которая противоречит конституционным законам от 21 декабря 1867 г.»¹⁴. Однако, сделав выводы из «подстрекательского действия» открыток во время «кризиса Бадени», власти в дальнейшем стали действовать жестче: год спустя за эти же открытки Штрахе подвергся штрафу и даже трехдневному аресту¹⁵.

Использование открыток в межнациональной борьбе далеко не ограничивалось, по выражению современника, лишь «картографическими атаками»¹⁶ на противника посредством иллюстраций. Наряду с коммерческой, заслуживает внимания также коммуникационная и почтово-техническая сторона феномена австрийской «национальной открытки», также остающаяся вне поля зрения исследователей в случае обращения исключительно к ее иллюстративной части. «Немецко-национальные» газеты рекламировали открытки в качестве «превосходного средства агитации», позволявшего доставить пропаганду во всех смыслах слова адресно. В отношении же противников та же самая специфика открытки как средства коммуникации могла превращать ее в своеобразное «почтовое оружие». Такое применение нашла, в частности, всё та же открытка Штрахе «Долой языковые указы!», использовавшаяся в качестве средства мобилизации сторонников и одновременно как способ заявить массовый протест: «В почтовых ящиках города было найдено 4000 таких открыток, среди них многие с заполненным адресом графа Бадени, которые были конфискованы почтовыми органами. Несмотря на это, как утверждают, множество таких открыток под защитой конвертов нашло свою дорогу в Буск, где сейчас находится граф Бадени», — общала «Нойес винер журнал»¹⁷.

Межнациональная борьба затронула также все стороны и все аспекты почтово-технической стороны дела, начиная с самого элементарного — почтового бланка и его названия. Официальным названием выпускавшихся в Австро-Венгрии открыток с момента их введения в почтовый оборот в 1869 г. являлось «Correspondenzkarte».

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Neues Wiener Journal. 2.10.1898. Очередная конфискация открыток Штрахе на основании всё той же ст. 302 последовала в сентябре 1900 г. См.: Wiener Zeitung. 2.09.1900; Prager Tagblatt. 3.09.1900.

¹⁶ Kisch E. Op. cit. S. 81.

¹⁷ Neues Wiener Journal. 29.07.1897. Подобное использование открытки в качестве способа политического давления было нередким в эту эпоху. Например, в 1907 г. железнодорожники Франции собирались буквально засыпать председателя Сената 400 тыс. открыток с изображением паровоза, чтобы ускорить рассмотрение их требований. См.: Leclerc H. Ansichten über Ansichtskarten // Archiv für deutsche Postgeschichte. 1986. N 2. S. 25.

Однако сохранившиеся до наших дней открытки носят многочисленные следы столкновений по поводу принятия либо непринятия этого наименования, служившие выражением собственных национальных взглядов, причем как издателей, так и пользователей. «Немецко-национальные» издатели даже в этом, казалось бы, сугубо мелком вопросе стремились к выражению пангерманистских взглядов, выпуская формуляры, оформленные на манер принятых в Германии — “Postkarte”; нередкими были собственноручные исправления такого же свойства, сделанные отправителями. Напротив, переправления с “Post-” на “Correspondenz-” как выражение имперского патриотизма встречаются, насколько можно судить, гораздо реже. Весьма распространенным являлся также самодеятельный перевод бланка на прочие национальные языки — в этом случае немецкие обозначения просто вычеркивались и заменялись другими, чаще всего чешским “dopisnice” или венгерским “levelező-lap”.

Подобное перенесение языкового конфликта в сферу почтового сообщения не только негативно сказывалось на последнем, но и несло ущерб фирмам-производителям открыток. Открыточное производство отчасти становилось заложником национальной проблемы, что вредило коммерческим интересам.

В поисках выхода из ситуации производители первоначально попытались использовать на внутреннем рынке то оформление открыточного формуляра, которое предназначалось для международного сообщения и в котором его название дублировалось на многих языках. Вместе с тем, проблема снималась лишь частично: на таком формуляре, наряду с общеимперским, присутствовало и венгерское обозначение, поскольку, хотя при учреждении Всемирного почтового союза в 1874 г. Австро-Венгрия вошла в него как единая почтовая территория, Венгрии было предоставлено отдельное право голоса. Однако обозначений на языках прочих народов империи (кроме итальянцев), естественно, не было.

Промежуточным выходом стал своеобразный гибрид, который начали практиковать некоторые коммерческие издательства, в том числе крупнейшая фирма «Братья Кон. Вена»: к языкам членов Всемирного почтового союза (французскому, итальянскому, русскому и т.д.) добавлялись чешское и польское обозначения. Таким образом, охваченными оказались пять из одиннадцати народов Австро-Венгрии. Однако этот паллиатив не снимал всех проблем. С одной стороны, по-прежнему не все народы Австро-Венгрии затронуло подобное формулярное равноправие. Еще важнее было то, что на языке и в правилах работы почты, для которой страны существуют в первую очередь в качестве так называемых единых почтовых терри-

торий, подобная практика, по сути, отрицала существование общего государства. Фактически почтовыми субъектами, строго говоря, выступали отдельные национальности — показательно, что места для официального общеимперского “Correspondenzkarte” на формуляре не нашлось.

В конечном счете, коммерческие издательства, заинтересованные лишь в бесперебойном сбыте своей продукции, пришли к «соломонову» решению: они перестали указывать какие-либо обозначения вовсе. Австрийская открытка онемела: «То есть и здесь решение языкового вопроса — это онеметь. Частная индустрия, которая стремилась устроить всех, выбросила на рынок международные открытки, на которых есть все языки, а теперь, наконец, наступило успокоение умов по поводу настоящей австрийской открытки, она — немая, но при этом так громко и ясно говорит о расцветших в Австрии языковых спорах!», — писала в октябре 1898 г. «Мэриш-Шлезисше пресسه»¹⁸. Открытки немецких издательств Цислейтании так и остались по большей части «немыми» вплоть до краха Австро-Венгрии, в то время как чешские и особенно венгерские — в чем-то даже символическим образом — продолжали печатать формуляры на национальных языках, без всяких реверансов в сторону «общего государства».

Однако только формулярами дело не ограничилось. Вообще, едва ли имелся хоть один элемент открытки, который так или иначе не был задействован в национальной борьбе¹⁹. Так, не редки случаи, когда отправители вносили собственноручные изменения в оформление наиболее распространенного открыточного жанра «Привет из...», заменяя “Gruß” («привет») на приветствие на национальном языке, чаще всего на чешское “Nazdar”.

Достаточно распространенной практикой являлись самостоятельные переименования географических объектов, затрагивавшие каклицевую, так и оборотную стороны открытки. В тех же открытках жанра «Привет из...» немецкие названия населенных пунктов менялись на наименования на других языках, например, «Брюнн» на «Брно».

Наконец, еще одной ареной языковой борьбы оказалась даже адресная строка. Отправители, чаще всего опять-таки чехи, перево-

¹⁸ Die stumme Postkarte // Mährisch-Schlesische Presse. 31.10.1898.

¹⁹ В том числе наклеивались дополнительные марки политического содержания. Для получения почтового штемпеля на запрещенных открытках коллекционеры пересылали их в запечатанных конвертах, вырезав ножницами угол конверта, так чтобы была видна только марка, но не само изображение: «Вне себя от злобы почтовый служащий из противного лагеря был вынужден ставить свой штемпель...». Kisch E.E. Op. cit S. 81.

дили на собственный язык названия не только населенных пунктов, но и улиц, так что почта временами даже стала испытывать трудности с доставкой из-за «этих невозможных ни для одного серьезного народа в мире игрищ с названиями мест во всей этой смешной мании величия», по выражению немецкой газеты²⁰.

Однако наиболее резонансной проблемой, весьма остро заявившей о себе во время «кризиса Бадени», но сохранявшейся и позже, стали не подобные демонстративные акты отправителей посланий, а действия самих почтовых чиновников.

Принципиальной, можно сказать «родовой» спецификой открытки являлось то, что она существовала и функционировала в качестве «открытого» письма, соответственно, и изображение, и текст личного послания был виден всем, кто с конкретной открыткой соприкасался. Первоначально власти во многих странах смущал абсолютно «открытый» характер обмена между частными лицами как текстами, так и изображениями. Например, во Франции были введены наказания за оскорбления посредством открытки — из-за все того же «открытого» характера они приравнивались к публично нанесенным²¹. Той же обеспокоенностью объясняется и надпись на первых российских открытых письмах: «Почтовое управление за содержания письма не отвечает».

В Австро-Венгрии, как и в других европейских странах, закон защищал тайну переписки, однако открытка своим существованием сводила ее практически на нет, и на пике национальной борьбы скандалы, связанные с компрометацией переписки богемскими почтовыми чиновниками, были весьма частым явлением. Так, пресса сообщала, что один из адресатов в Брюнне (Брно) получил открытку от друга-студента, в которой «немецкий привет хайль»²² был зачеркнут, и вместо него чешский почтовый служащий вписал «наздар»²³. В отдельных случаях дело доходило до суда, причем в роли ответчика мог оказаться и автор послания. Например, в декабре 1897 г. состоялся суд из-за оскорбления достоинства над отправителем открытки следующего содержания: «Хайль, победа и месть! Любезная фрей-

²⁰ Freie Stimmen. 30.12.1908.

²¹ Archiv für Post und Telegraphie. Beiheft zum Amtsblatt des Reichs-Postamts. 1887. N 17. S. 513–516.

²² Приветствие «хайль» имело давние корни, но к рубежу веков стало считаться «истинно немецким» и получило широкое распространение в кругах немецких националистов Австрии, выступая достаточно надежным маркером соответствующих настроений отправителя. См.: Behrenbeck S. «Heil» // E. François, H. Schulze. (Hg.) Deutsche Erinnerungsorte. Bd. III. München, 2009; Schmitz-Berning C. Vokabular des Nationalsozialismus. Berlin; New York, 1998. S. 299–300.

²³ Jörgel Briefe. 5.9.1908.

лейн! Весь немецкий народ чувствует героя, который без устали стоит на страже своего возлюбленного германства²⁴. Из его славных дел произрастает великая победа также и для нас, что подвигает меня на просьбу вместе со мной возгласить нашему высокочтимому депутату восторженное “хайль!”. Большое спасибо за Вашу драгоценную открытку. К сожалению, вся картинка полностью испорчена чешскими почтовыми ... (газета выпустила бранное слово. — А.М.) Браунау²⁵.

Фраза о «полностью испорченной открытке» отсылает еще к одной стороне весьма специфической почтовой практики в Богемии рубежа веков — фактической цензуре изображений. Насколько можно судить, достаточно часто, особенно в наэлектризованной атмосфере периода «кризиса Бадени», она носила самодеятельный характер. Так, вскоре после дуэли Вольфа и Бадени чешские почтовые чиновники начали изымать открытки с изображением первого²⁶.

Однако главной мишенью для такого рода произвольной почтовой цензуры, на первый взгляд неожиданно, стал Бисмарк, творец австро-германской связи, верность которой являлась общим местом в австрийской публицистике того времени. В реальности же подобные действия, по сути, представляли собой реакцию на ту трактовку, которую фигура «железного канцлера» получила в кругах немецких националистов Австро-Венгрии, превративших Бисмарка в символ своих пангерманистских устремлений²⁷. В разгар «кризиса Бадени» осенью 1897 г. националистические органы печати не только Австро-Венгрии, но и Германии с возмущением сообщали, что почта в богемских землях не пропускала не только открытки с политическим содержанием, в которых фигурировал Бисмарк, но даже с простыми портретами ушедшего на покой канцлера²⁸. Тогда же в палате депутатов австрийского парламента была подана интерпелляция министру торговли, в ведомстве которого находилось почтовое дело, с требованием объяснить, на каком основании осуществляются подобные запретительные меры²⁹.

В дальнейшем проблема была не снята, а лишь обострилась в связи с тем, что изъятие открыток с изображением Бисмарка в «облагодетельствованной чешскими почтовыми чиновниками Моравии»

²⁴ Речь идет об открытке с изображением К. Вольфа, радикального немецкого националиста, в сентябре 1897 г. ранившего Бадени на дуэли.

²⁵ Grazer Tagblatt. 22.12.1897.

²⁶ Teplitz-Schönauer Anzeiger. 20.11.1897.

²⁷ См. подробнее: *Медяков А.С.* «Хайль Бисмарк!». «Железный канцлер» как символическая фигура немецкого национализма в открытках рубежа XIX–XX вв. // *Сибирские исторические исследования*. 2018. № 2.

²⁸ Deutsch-Soziale Blätter. 28.10.1897; 25.11.1897.

²⁹ Prager Tagblatt. 15.10.1897.

стало осуществляться уже не по произволу местных служащих, а как раз на некоторой формальной основе — распоряжении Дирекции почты и телеграфа по Моравии и Силезии, ссылавшемся на их «политико-демонстративный характер»³⁰. Дополнительно масла в огонь подлило то обстоятельство, что пост министра торговли, в компетенцию которого входила почта, в то время занимал Йозеф Бэрнрайтер из Богемии, единодушно заклейменный немецкой националистической прессой как «чех»³¹.

Несмотря на то что правовая база для подобных запретов была достаточно зыбкой, их продолжали практиковать и тогда, когда страсти по поводу распоряжений Бадени уже давно улеглись. Так, в 1905 г. та же Дирекция почты и телеграфа по Моравии и Силезии в Брно издала следующее распоряжение по поводу открыток «Союза немцев Северной Моравии»: «На этих открытках помещено изображение некоего германского героя, который обнаженным мечом изгоняет “двуххвостого льва”. На заднем плане изображения городов Брюнн и Ольмюц с городскими гербами. Так как эти изображения в сочетании с текстом носят без сомнения политико-демонстративный характер... следует исключить их из оборота»³². Авторы очередного запроса министру торговли и немецкая пресса выражали возмущение подобным вмешательством одновременно и в частную переписку, и в свободу выражения мнений, требуя указать правовые основания такого вмешательства³³, однако удовлетворительного ответа не получили.

* * *

Заметным социальным феноменом иллюстрированная открытка стала в самом конце XIX в. на пересечении сразу нескольких важных процессов. С одной стороны, она явилась одним из вариантов ответа на новые коммуникационные потребности возникавшего индустриального общества. С другой — оказалась едва ли не важ-

³⁰ Bismarck-Postkarten werden nicht befördert! // Grazer Tagblatt. 23.09.1898. К каким-то мерам по контролю над содержанием открыток власти подталкивали многочисленные скандалы, вплоть до международных. Так, в 1900 г. английское посольство заявило протест в связи с оскорбительными карикатурами на королеву Викторию, которые пользовались большой популярностью в среде немецких националистов, поддерживавших «германских братьев» буров во время англо-бурской войны. Итогом переписки премьер-министра и министра торговли австрийской половины империи стало решение обязать почтовых чиновников не допускать к пересылке открытки, содержавшие непристойности и оскорбления чести. Österreichisches Staatsarchiv. AVA. Mdl. Präs.16/2. K 1669. 1377/M 1/19.

³¹ Ibidem; Mährisch-Schlesische Presse. 31.10.1898.

³² Znaimer Wochenblatt. 4.03.1905.

³³ Ibidem; Ibid. 19.02.1905.

нейшей частью шедшего с конца XIX в. процесса «демократизации картинки», следствия как зарождения массовой культуры, так и развития массовых же способов производства изображений.

Все эти тенденции в полной мере проявили себя во время «кризиса Бадени». Именно тогда, буквально на глазах современников, появляется это совершенно новое, воспринимавшееся как ультра-современное средство быстрого и массового распространения визуальных образов, потенциально способное нести и политические смыслы. И фактически первым случаем применения этого потенциала на практике стал немецко-чешский конфликт рубежа XIX–XX вв.

В целом, невероятный бум «обструкционных открыток» этой поры объяснялся тем, что они оказались простым и эффективным способом выражения взглядов и интересов как конкретного человека, так и целых групп, а также коммуникации внутри отдельных сообществ. С точки зрения своих функций открытки допустимо сравнить с современной социальной сетью в Интернете: выполнялась задача поддержания контакта внутри сообщества по определенным — в данном случае национальным — интересам, изложенным понятным всем его членам символическим языком; подтверждался статус принадлежности к этому сообществу; иногда изображение предлагалось «оценить», отсылая к нему в тексте послания; распространялась специфическая для этого сообщества информация. Связанные с открыткой практики, как мало какое иное средство, позволяли любому человеку обозначить собственную позицию по отношению к происходящему — с помощью самого акта выбора предпочтительного сюжета, коллекционирования, манипуляций с оформлением открыточного формуляра, разного рода дописок и дорисовок и т.д. И, что особенно важно, эти кусочки картона формата 9x14 см давали возможность заявить свою позицию вовне, иногда выступая в качестве своеобразного входного или членского билета в национальное коммуникационное сообщество, иногда служа оружием для «картографической атаки».

References

Behrenbeck S. *“Heil” // Deutsche Erinnerungsorte*. Bd. III / Ed. by E. François, H. Schulze. Munich: C.H. Beck Publ., 2009. S. 310–327.

Jaworski R. *Deutsche und tschechische Ansichten. Kollektive Identifikationsangebote auf Bildpostkarten in der späten Habsburgermonarchie*. Innsbruck; Wien; Bozen: Studienverlag, 2006. 218 S.

Jaworski R. *“Hinweg mit der Sprachenverordnung!” Die deutschen Obstruktionskarten während der Badeni-Krise 1897/1898 // Bohemia*. 2009. N 49. S. 3–18.

Kisch E.E. *Die Abenteurer in Prag*. Wien; Prag; Leipzig: Verlag Ed. Strache, 1920. 506 S.

Kraus K. *Zuckersteuer auf Ansichtskarten // Die Fabel*. 1899. N 14. S. 14–24.
Leclerc H. *Ansichten über Ansichtskarten // Archiv für deutsche Postgeschichte*. 1986. N 2. S. 5–65.

Medyakov A.S. “Heil Bismarck!”. “Zheleznyy kantsler” kak simbolicheskaya figura nemetskogo natsionalizma v otkrytkakh rubezha XIX–XX vv. [“Heil Bismarck!”. The “Iron Chancellor” as a Symbolic Figure of German Nationalism in Postcards at the Turn of the 19th Century] // *Sibirskiye istoricheskiye issledovaniya*. 2018. N 2. P. 221–223.

Medyakov A.S. *Nemetskaya otkrytka Pervoy mirovoy voyny kak istoricheskiy istochnik: dissertatsiya ... doktora istoricheskikh nauk* [German Postcard of the World War I as a Historical Source: Doctor in History Dissertation]. Vol. 1. Moscow: MGU imeni M.V. Lomonosova, 2020. 346 p.

Medyakov A.S. *Otkrytka rubezha XIX–XX vv. kak sotsiokul’turnyy fenomen* [Postcard at the Turn of the 19th Century as a Socio-Cultural Phenomenon] // *Dialog so vremenem*. 2019. Issue 67. P. 146–162.

Medyakov A.S. “Sovershenno novoye sredstvo agitatsii”: nemetskaya “natsional’naya otkrytka” v Avstro-Vengrii rubezha XIX–XX vv. [“A Completely New Means of Agitation”: The German “National Postcard” in Austria-Hungary at the Turn of the 19th Century] // *Studia Slavica et Balcanica Petropolitana*. 2018. N 2. P. 80–97.

Medyakov A.S. *Voyna formata 9x14. Otkrytki v nemetskoj “kul’ture voyny” 1914–1918 gg.* [War in 9x14 Format. Postcards in the German “Culture of War” 1914–1918]. Moscow: Universitet Dmitriya Pozharskogo, 2021. 464 p.

Schmitz-Berning C. *Vokabular des Nationalsozialismus*. Berlin; New York: Verlag Walter de Gruyter, 1998. 717 S.

Szarota T. *Der deutsche Michel. Die Geschichte eines nationalen Symbols und Autostereotyps*. Osnabrück: Fibre, 1998. 421 S.

Поступила в редакцию
24 декабря 2022 г.